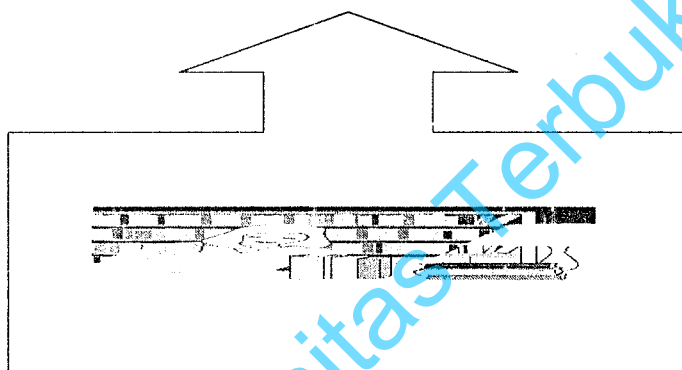


# **STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM KELUARGA BERENCANA**



**OLEH  
DJAKA WASKITA**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TERBUKA**

2006

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Makalah dengan

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI  
PROGRAM KELUARGA BERENCANA

Oleh : Djaka Waskita

NIP : 132 061 163

ini telah ditelaah dan disetujui secara materi oleh ahli materi

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



(Dra. Arifah Bintarti, M.Si)  
NIP : 131 879 645

Ahli Materi



(Dra. Nila Kusuma Windrati, M.Si)  
NIP : 132 002 050

## J. PENDAHULUAN

Seperti kita maklumi bersama bahwa proses perubahan sosial berjalan secara terus menerus, baik yang terjadi secara spontan maupun karena disengaja. Proses sosial yang disengaja dapat berupa usaha pembaharuan dan pembangunan yang dilakukan oleh masyarakat. Pada hampir setiap negara, usaha pembaharuan dan pembangunan ini biasanya dimotori oleh pihak pemerintah, demikian pula di Indonesia. Di sini gagasan-gagasan baru, teknologi baru disebarkan dan dianjurkan penerimaan dan penggunaannya kepada masyarakat. Proses penyebaran oleh pemerintah dan penerimaan serta penggunaan pada masyarakat ini merupakan proses komunikasi. Karena proses komunikasi ini menyangkut usaha pembaharuan dan pembangunan, sehingga bisa disebut sebagai *proses komunikasi pembangunan*.

Usaha penyebaran gagasan-gagasan baru dan teknologi baru bukanlah suatu proses yang sederhana. Di Indonesia misalnya dapat kita lihat pada proses penyebaran dan penerapan gagasan Keluarga Berencana (KB) melalui proses yang memerlukan waktu cukup lama.

Keluarga Berencana merupakan suatu program nasional yang mulai dilakukan pemerintah Indonesia sejak tahun 1971. Pelaksanaan program Keluarga Berencana tersebut secara terkoordinasi oleh pemerintah Indonesia dilakukan dengan pembentukan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) pada tahun 1971. Sebelum terbentuknya BKKBN tersebut penyebaran gagasan Keluarga Berencana dilakukan oleh masyarakat melalui Paguyuban Keluarga Berencana Nasional (PKBI). Dalam wadah PKBI, perkembangan penyebaran dan penerapan gagasan Keluarga Berencana berjalan lambat dan terbatas karena terbatasnya dana dan jaringan struktur komunikasi. Dibawah koordinasi BKKBN, pelaksanaan gerakan Keluarga Berencana dilakukan secara terencana dan terprogram dengan menyiapkan berbagai unsur jaringan struktur komunikasi sejak dari pemerintah pusat, propinsi, kabupaten, hingga di pemerintahan desa. Sehingga pelaksanaan Keluarga Berencana dijadikan sebagai suatu program yaitu Program Keluarga Berencana Nasional.

Pelaksanaan program Keluarga Berencana Nasional yang dikoordinasi dan dimotori oleh BKKBN melalui perencanaan program komunikasi dengan membentuk dan menyediakan berbagai elemen struktur jaringan komunikasi, sehingga terbentuk suatu sistem komunikasi/informasi. Sistem tersebut merupakan alur informasi yang berawal dari

BKKBN Pusat menuju ke masyarakat . Alur informasi tersebut melalui beberapa subsistem komunikasi/informasi.

## II. PENGERTIAN STRATEGI KOMUNIKASI

Joseph A. Ilardo mengatakan bahwa "A Strategy is a carefully *chosen* plan or *series of* maneuvers designed to achieve a specific goal ". Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi adalah *rencana terpilih* yang bersifat hati hati atau *serangkaian manuver* yang telah *dirancang untuk* mencapai tujuan yang telah *ditetapkan*. Dari pengertian strategi tersebut maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi adalah *perencanaan komunikasi* yang bersifat hati hati yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Sementara itu menurut Zulkarimein Nasution (1994), perencanaan di bidang komunikasi dapat dibedakan pada dua tingkatan, yang masing masing tingkatan mencerminkan cakupan dari perencanaan yang dimaksud. Yang pertama adalah tingkatan yang luas dan menyeluruh disebut perencanaan komunikasi yang biasanya berskala nasional. Perencanaan komunikasi di tingkat nasional ini biasanya dikenal juga sebagai perumusan kebijakan komunikasi nasional yang berkaitan dengan pembangunan nasional. Sehingga dalam tingkatan ini bisa dikatakan bahwa perencanaan komunikasi yang berkaitan dengan pembangunan nasional tersebut dapat disebut pula sebagai *strategi komunikasi pembangunan nasional*

Sedangkan pada tingkat yang lebih spesifik, disebut sebagai perencanaan program komunikasi dengan skala yang lebih terbatas pada suatu program atau sektor pembangunan misalnya di bidang pertanian, kesehatan, serta bidang pendidikan dan sebagainya. Atau dapat pula bersifat antar sektoral seperti misalnya program komunikasi untuk konservasi lingkungan yang meliputi sektor sektor pertanian, kehutanan, pertambangan dan energi, kesehatan, dan lingkungan hidup.

Dalam tingkatan tersebut, perencanaan program komunikasi KB berada pada tingkat yang lebih spesifik yang terbatas pada program KB. Namun juga dapat bersifat antar sektoral seperti program Pertasikencana ( Pertanian, Koperasi dan Keluarga Berencana ) dimana program komunikasi Keluarga Berencana dikaitkan dengan sektor sektor pertanian dan koperasi.

Sementara itu menurut Anwar Arifin (1984), suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang mungkin akan dihadapi di masa depan guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti kita berusaha melakukan suatu atau beberapa cara berkomunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak sasaran.

Jadi berbicara tentang strategi komunikasi, berarti berbicara tentang bagaimana sebuah perubahan diciptakan pada khalayak sasaran. Dalam kaitan ini berarti strategi komunikasi KB adalah bagaimana menciptakan perubahan pada masyarakat sebagai khalayak sasaran yaitu diterimanya dan diterapkannya gagasan KB. Diterima dan diterapkannya gagasan KB tersebut terwujud pada kesediaan mereka menjadi akseptor KB, untuk mempunyai hanya dua anak saja, sehingga terwujud pula Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS) pada masyarakat Indonesia sebagai tujuan utama program KB.

### III. STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI KB

Strategi perencanaan program komunikasi KB diawali dengan dibentuknya jaringan sistem komunikasi yang terdiri beberapa elemen komunikasi. Berdasarkan teori atau pendapat dari Lionberger dan Gwin pada buku "*Communication Strategies: A Guide for Agricultural Change Agents*" ( 1982 ) yang berfokus pada bidang pertanian namun penulis berusaha mengadaptasikannya pada bidang KB, serta wawancara yang penulis lakukan dengan PPL KB Kecamatan Ciampea dan beberapa PLKB juga dari beberapa buku pedoman yang diterbitkan oleh BKKBN, penulis dapat menyimpulkan suatu perencanaan program komunikasi Keluarga Berencana Nasional yang menghasilkan suatu sistem komunikasi/informasi yang merupakan suatu alur informasi.

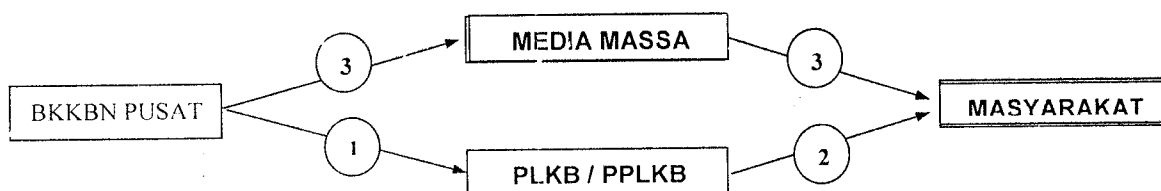
Menurut Lionberger dan Gwin terdapat beberapa unsur dalam sistem informasi yang dua diantaranya adalah ;

1. Fungsi fungsi yang harus dilakukan
2. Subsistem khusus yang diperlukan

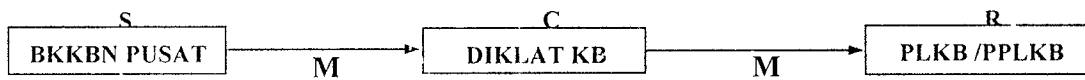
Fungsi fungsi yang harus dilakukan dalam sistem informasi tersebut terdiri dari ; (1) inovasi, (2) Validasi, (3) Diseminasi, (4) Integrasi

Fungsi inovasi adalah fungsi untuk rnenghasilkan informasi,gagasan atau teknologi baru dan mengembangkannya menjadi sesuatu yang bermanfaat. Sedangkan fungsi Validasi adalah untuk membuktikan bahwa informasi,gagasan, atau teknologi baru tersebut berguna dan berlaku serta bisa diterapkan pada kondisi suatu tempat. Fungsi .diseminasi adalah fungsi untuk menyebarkan atau menyampaikan informasi, gagasan, atau teknologi baru yang sudah teruji kepada masyarakat yang potensial untuk menggunakannya. Fungsi Integrasi adalah fungsi untuk memadukan langkah langkah penginformasian, persuasi, serta penguatan dalam rangka pengambilan keputusan untuk mengadopsi hal hal baru serta mempertahankan dan meneruskan adopsi tersebut.

Dalam program komunikasi KB, fungsi fungsi inovasi dan validasi dilakukan oleh BKKBN berkoordinasi dengan berbagai lembaga/organisasi lain seperti Departemen Kesehatan, Departemen Agama, Pemda, para tokoh agama, tokoh masyarakat dan sebagainya. Sedangkan fungsi diseminasi dilakukan oleh BKKBN melalui media massa dan Diklat-Diklat KB serta para PLKB sebagai ujung tombaknya. Fungsi integrasi dilakukan BKKBN melalui berbagai media dan PLKB sebagai ujung tombaknya. Dari pelaksanaan fungsi fungsi tersebut dapat dilihat subsistem-subsistem khusus yang diperlukan. Hubungan antara subsistem-subsistem tersebut akan membentuk subsistem-subsistem komunikasi pada sistem komunikasi KB. Hal tersebut dapat terlihat pada alur informasi yang berlangsung pada sistem komunikasi KB. Alur Informasi tersebut diawali dari BKKBN Pusat sebagai sumber informasi, kemudian mengalir melalui Diklat-Diklat KB kepada PPLKB/PLKB lalu mengalir kepada masyarakat. Namun disamping alur itu, informasi KB juga mengalir dari BKKBN Pusat kepada masyarakat melalui media massa (felevisi,Radio, dsb) Alur komunikasi tersebut secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut ;



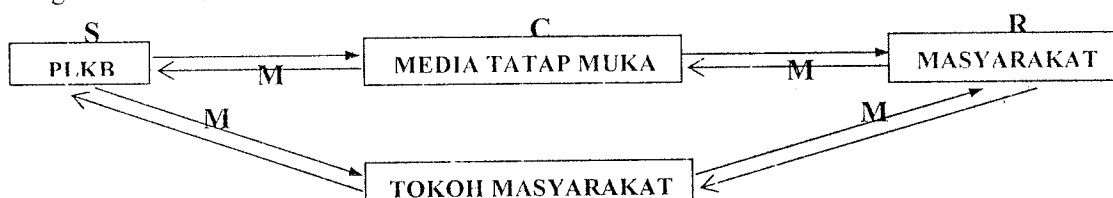
Dari gambar alur informasi tersebut kita dapat membaginya menjadi tiga subsistem komunikasi/informasi. Subsistem komunikasi yang pertama adalah proses pengiriman informasi KB dari BKKBN Pusat kepada para PLKB/PPLKB melalui Diklat-Diklat KB. Dengan menggunakan model komunikasi S-M-C-R dari David Berlo, subsistem komunikasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut;



Pada subsistem komunikasi tersebut yang berperan sebagai sumber adalah BKKBN Pusat, sedangkan sebagai sasaran/penerima adalah PLKB/PPLKB, dan sebagai media/chanel adalah Diklat-Diklat KB. Di sini message yang berupa berbagai informasi dan teknologi KB mengalir dari Litbang BKKBN Pusat kepada para PLKB melalui Diklat-Diklat KB sebagai Channelya. Di sini tujuan proses komunikasi cenderung bersifat informatif, dimana berbagai informasi mengenai gagasan dan teknologi KB disampaikan kepada para PLKB yang selanjutnya akan disampaikan kepada masyarakat. Namun demikian komunikasi yang bersifat persuasif juga terjadi di sini, di mana para PLKB perlu diberi motivasi untuk dapat menjalankan tugasnya menyampaikan dan meneruskan berbagai informasi KB kepada masyarakat.

Dengan tujuan komunikasi seperti itu, media komunikasi yang digunakan pada subsistem komunikasi yang pertama tersebut adalah media tatap muka yang dibantu dengan media cetak seperti buku-buku, brosur dan sebagainya. Juga dilengkapi dengan media peraga dan simulasi berupa tampilan gambar serta berbagai contoh alat kontrasepsi.

Subsistem komunikasi/informasi yang kedua adalah proses pengiriman informasi KB dari PLKB/PPLKB kepada masyarakat desa melalui media tatap muka individu maupun kelompok berupa kunjungan rumah atau pertemuan pertemuan kelompok, bisa juga dengan perantara tokoh masyarakat. Subsistem komunikasi ini dapat digambarkan sebagai berikut ;



Dalam subsistem komunikasi di atas, PLKB berkedudukan sebagai sumber sedangkan masyarakat desa sebagai sasaran/penerima, dan sebagai media/chanel adalah media tatap-muka serta tokoh masyarakat. Di sini informasi mengalir dari PLKB kepada masyarakat melalui media tatap muka dan tokoh masyarakat. Dibanding dengan subsistem komunikasi yang pertama, sasaran komunikasi di sini lebih heterogen. Sedangkan tujuan komunikasi lebih cenderung kepada komunikasi yang bersifat persuasif yaitu bagaimana mengajak masyarakat untuk menjadi akseptor KB dengan menggunakan salah satu jenis kontrasepsi yang mantap. Dengan komunikasi yang cenderung bersifat persuasif maka peranan komunikasi interpersonal sangat penting pada subsistem komunikasi ini, walaupun harus tetap didukung dengan komunikasi tatap muka kelompok yang dibantu dengan berbagai media peraga atau simulasi. Kondisi tersebut di atas menuntut seorang PLKB, sebagai seorang komunikator, untuk dapat merencanakan, membuat dan menyampaikan pesan-pesan yang bersifat persuasif.

Subsistem komunikasi yang ketiga adalah proses pengiriman informasi KB dari BKKBN kepada masyarakat melalui media massa. Subsistem ini dapat digambarkan sebagai berikut ;



Pada subsistem komunikasi di atas, BKKBN sebagai sumber, sedangkan media massa sebagai chanel, dan masyarakat sebagai sasaran/penerima. Di sini informasi tentang gagasan dan teknologi KB mengalir dari BKKBN kepada masyarakat melalui media massa seperti televisi, koran, radio. Dengan tujuan untuk merubah perilaku masyarakat untuk menganut pola NKKBS (Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera), maka kedudukan subsistem komunikasi yang ketiga ini adalah sebagai pendukung bagi subsistem komunikasi yang pertama dan kedua. Walaupun hanya sebagai pendukung namun subsistem ini sangat penting karena keunggulannya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, di mana media massa mampu menyebarkan pesan-pesan secara lebih cepat dan luas jangkauannya dibanding komunikasi interpersonal atau tatap-muka.



Dari tiga subsistem komunikasi KB tersebut, sangat jelas sekali terlihat bahwa subsistem komunikasi yang kedua mempunyai kedudukan yang vital dan menjadi tumpuan bagi keberhasilan program komunikasi KB dalam mencapai tujuan dari program Keluarga Berencana Nasional. Sehingga strategi perencanaan program komunikasi pada subsistem komunikasi yang kedua ini perlu mendapat perhatian yang lebih serius, tanpa harus mengabaikan dua subsistem komunikasi lainnya

Sebagai sumber/komunikator dalam subsistem komunikasi yang kedua tersebut, kedudukan PLKB sangatlah penting. Dia dituntut untuk mampu melakukan komunikasi persuasif untuk mengubah perilaku masyarakat. Untuk dapat melakukan komunikasi persuasif dengan baik dan efektif, Dia dituntut untuk dapat merencanakan komunikasi persuasif yang baik dan efektif yang salah satu kuncinya adalah dengan pengembangan atau pembuatan pesan persuasif yang efektif. Lalu bagaimana atau seperti apakah pesan persuasif yang efektif?

Menurut Nothstine (1991), dalam buku "Komunikasi Persuasif" oleh Soleh Soemirat dkk. pesan persuasif yang efektif merupakan fungsi dari beberapa hal yang diantaranya terdiri dari (1) analisis sasaran, (2) pesan disampaikan dengan jelas dan menghormati perbedaan-perbedaan individual dari sasaran, (3) meningkatkan dan memelihara motivasi sasaran, (4) tujuan yang realistis, (5) pemahaman atas penggunaan informasi yang berbeda.

Maksud dari analisis sasaran adalah bahwa sebelum pesan persuasif disampaikan, komunikator terlebih dahulu harus memahami siapa sasarannya. Pesan disampaikan dengan jelas dan menghormati perbedaan-perbedaan individual dari sasaran, ini berarti bahwa untuk mempengaruhi sasaran tidak cukup hanya dengan pesan yang jelas saja tapi cara berkomunikasi dapat menentukan efektivitas penyampaian pesan. Artinya bahwa dengan siapa kita berkomunikasi dalam situasi yang bagaimana, budaya yang bagaimana, serta konteks komunikasi yang bagaimana, semua itu membutuhkan cara-cara komunikasi yang berbeda. Sedangkan meningkatkan dan memelihara motivasi sasaran adalah bahwa penyampaian pesan persuasi, penegasan atas dedikasi, memfokuskan tenaga dan antusiasme sasaran. Hal ini dilakukan tidak hanya kepada sasaran yang tidak mendukung, namun sasaran yang mendukungpun perlu diberi motivasi.

Sedangkan tujuan yang realistis maksudnya adalah bahwa sasaran sebagai manusia yang bersifat individual dan sosial memiliki sikap, nilai dan kepercayaan yang dibentuk dalam proses lama dan kompleks. Sehingga tidaklah mudah untuk mengubahnya hanya dengan satu pesan saja. Oleh karena itu pesan persuasif akan lebih efektif jika kedua belah pihak (komunikator dan sasaran) saling berusaha untuk memahami. Pemahaman atas penggunaan informasi yang berbeda adalah bahwa informasi yang diterima sasaran dan komunikator akan mereka gunakan secara berbeda baik dalam hal cara ataupun keadaan. Persuasi senantiasa akan terkait dengan aspek sasaran dan pokok persoalan yang akan diatasi. sehingga melakukan persuasi hanya dengan sepotong atau beberapa potong fakta hanyalah usaha yang sia sia dalam mempersuasi orang lain.

### **Umpan Balik Program Komunikasi KB**

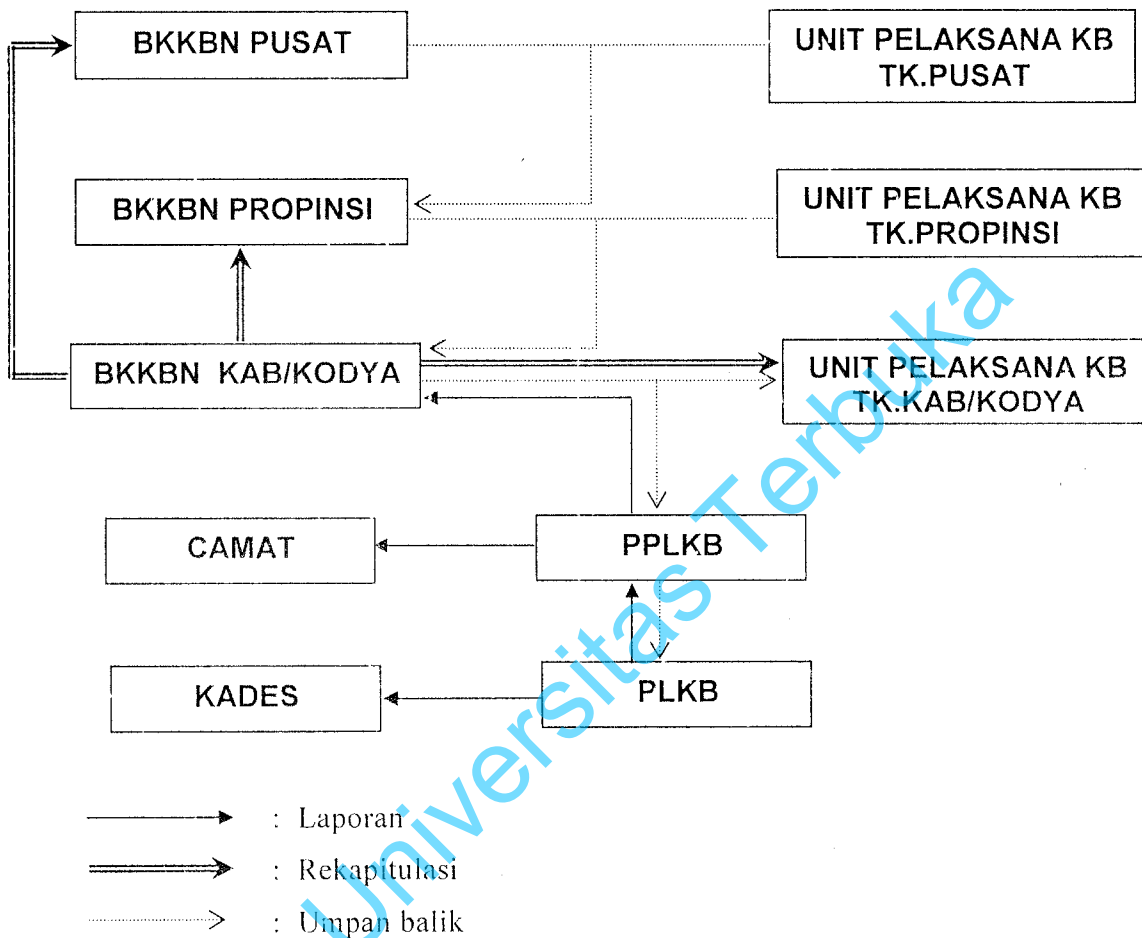
Pada perencanaan program komunikasi, penilaian terhadap hasil dari program tersebut merupakan salah satu hal penting. Setiap melakukan suatu program kegiatan, tentunya kita menginginkan tujuan program tersebut tercapai. Jika tujuan program yang dimaksud belum tercapai sepenuhnya, tentunya kita ingin tahu penyebabnya serta langkah apa yang harus diambil untuk meningkatkan pencapaian tujuan. Sehingga Untuk itu perlu dilakukan monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi bisa dilakukan melalui laporan terhadap hasil hasil yang telah dicapai dalam pelaksanaan program komunikasi KB.

Proses pelaporan tersebut dalam program komunikasi KB bisa dipandang sebagai umpan balik terhadap pelaksanaan program komunikasi KB. Sehingga dari evaluasi terhadap laporan tersebut dapat disusun suatu strategi dan perencanaan program komunikasi yang baru sebagai pengganti atau penyempurnaan terhadap program komunikasi terdahulu yang telah atau sedang berjalan.

Proses pelaporan hasil program komunikasi KB tersebut bisa dipandang sebagai alur informasi umpan balik, " bermula' dari PLKB sebagai pembuat laporan kemudian mengalir melalui beberapa pihak menuju BKKBN Pusat. Setelah sampai di BKKBN Pusat laporan tersebut akan diolah dan dievaluasi, kemudian hasil evaluasi tersebut

akan digunakan sebagai pijakan atau bahan untuk menyusun strategi komunikasi KB selanjutnya. Alur informasi pelaporan tersebut dapat kita lihat pada gambar berikut ini:

#### ALUR INFORMASI PELAPORAN DATA LAPANGAN KB



Dari gambar tersebut dapat dilihat pentingnya posisi PLKB dalam alur informasi pelaporan pelaksanaan program KB, di mana PLKB sebagai pembuat atau penghimpun data laporan tersebut. Setelah data tersebut dievaluasi dan hasilnya mendasari strategi perencanaan program komunikasi selanjutnya, maka PLKB juga yang akan menjadi ujung tombak pelaksanaannya.

#### IV. KESIMPULAN

Dari berbagai paparan di atas dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Keberhasilan pelaksanaan strategi atau perencanaan program komunikasi KB banyak ditentukan oleh terbentuknya jaringan sistem komunikasi yang cukup rapi dan dapat berfungsi dengan cukup baik. Sehingga memungkinkan mengalirnya informasi tentang berbagai hal-hal KB dengan lancar kepada masyarakat. Dari pengalaman tersebut dapat disimpulkan bahwa pembentukan jaringan komunikasi yang berfungsi secara baik adalah merupakan prasyarat bagi suatu strategi atau perencanaan program komunikasi.
2. Dari pengamatan terhadap alur informasi yang terbentuk pada program komunikasi KB, kita dapat melihat subsistem komunikasi kedua, yang mengalir dari PLKB sebagai sumber/komunikator kepada masyarakat sebagai sasaran, merupakan subsistem komunikasi yang menjadi tumpuan dari program komunikasi KB. Sehingga dalam menyusun strategi perencanaan program komunikasi KB selanjutnya, subsistem komunikasi tersebut hendaknya mendapat perhatian yang lebih banyak tanpa mengesampingkan subsistem komunikasi lainnya. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menyusun strategi perencanaan program komunikasi sangat perlu untuk mengamati dan mengkaji subsistem-subsistem komunikasi didalamnya untuk mengetahui seberapa besar peranan mereka masing-masing sehingga dapat menentukan prioritas perhatian untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan pelaksanaan program komunikasi selanjutnya sehingga dapat mempercepat tercapainya tujuan program.

## DAFTAR PUSTAKA :

1. Arifin, Anwar , Strateqi Komunikasi Penerbit Armico Bandung, cetakan ketiga, 1994
2. Berlo, David K , The Process of Communication:An Introduction to Theory And Practice, Rinehart and Winston Inc, New York, 1960.
3. Lionberger ,Herbert F dan Paul H Gwin, Communication Strategies : A Guide for Agricultural Change Agents, The Interstate Printerss & Publishers Inc, Danville - Illinois, 1982.
4. Soemirat, Soleh dkk, Komunikasi Persuasif, Universitas Terbuka, Jakarta. 1999.
5. Zulkarimein Nasution, Perencanaan Program Komunikasi, Universitas Terbuka , 1994.
6. ...., Isi pesan KIE-KB : Panduan Bagi Motivator, BKKBN Prop Jawa Barat. Bandung. 1991
7. ...., Materi Kampanye Ibu Sehat Sejahtera Untuk Kader, BKKBN & DepKes"RI, Jakarta, 1992.
8. ...., Petuniuk Teknis Pencatatan dan Pelaporan Pelaksanaan Kontrasepsi Gerakan KB Nasional, BKKBN, Jakarta, 1994